

O TRABALHO DO DESIGNER GRÁFICO NA CONFIGURAÇÃO HOME OFFICE: VANTAGENS E DESVANTAGENS NA PERSPECTIVA DO PROFISSIONAL

Work in graphic designer home office setting: advantages and disadvantages in view of the professional

MOTIM, Viaviane

vivimotim@gmail.com

Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA

COSTA, Humberto

humbertocosta@gmail.com

Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA

Pontifícia Universidade Católica Do Paraná - PUC/PR

Universidade Federal Do Paraná - UFPR

Resumo

O presente artigo analisou o trabalho do designer gráfico *home office*, investigando, através de pesquisa bibliográfica e de campo, as vantagens e desvantagens percebidas pelo profissional, assim como delinear algumas tendências. A pesquisa seguiu a abordagem qualitativa e a revisão bibliográfica empreendeu uma busca semi-sistemática em banco de periódicos e de teses, seguida da aplicação de questionário, na forma de *survey*. A análise permitiu traçar o perfil do designer gráfico que atua em *home office* e apontar o teletrabalho como uma tendência nesta área, bem como permitiu identificar os motivos que levam o designer gráfico a atuar em domicílio.

Palavras-chave: Home Office. Teletrabalho. Designer gráfico. Design.

Abstract

This article analyzed the work of graphic designer home office, investigating, through literature and field research, the advantages and disadvantages perceived by the professional as well as outline some trends. The research followed a qualitative approach and the literature review undertaken a semi-systematic search in database of journals and theses, followed by a questionnaire in the form of survey. The analysis allowed to profile the graphic designer who works in home office and point telecommuting as a trend in this area, as well as identified the reasons why the graphic designer to work at home.

Keywords: Home office. Telework. Graphic designer. Design.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho versa sobre a temática da organização do trabalho do designer gráfico na configuração Home Office. A problemática que norteou a investigação pode ser colocada com a seguinte questão: Quais as vantagens e desvantagens do trabalho desenvolvido pelo designer gráfico em ambiente home office? Definida a problemática, teve-se como objetivo principal analisar a organização do trabalho do designer gráfico na configuração home office, mais especificamente: 1 - levantar as implicações da organização do trabalho do designer gráfico no ambiente home office e a aceitação desta configuração, pelos contratados; 2 - analisar as relações entre a vida profissional e familiar do designer gráfico, no ambiente doméstico e 3 - apontar as tendências do teletrabalho na área do design.

O teletrabalho envolve fatores econômicos, sociais e psicológicos que podem ser avaliados de forma positiva ou negativamente por diferentes grupos sociais (SERRA, 1996, p. 18). Há vários motivos que levam o designer gráfico a atuar em home office, apesar da complexidade em conciliar o trabalho, neste tipo de ambiente, com os fatores que podem interferir até mesmo na qualidade do trabalho desenvolvido. Portanto, o designer gráfico, ao trabalhar no ambiente home office, altera suas rotinas, desenvolvendo novas formas de controle de seu trabalho e inovando na sociabilidade.

De acordo com dados levantados pela SOBRATT (SOCIEDADE BRASILEIRA DE TELETRABALHO E TELEATIVIDADES, 2011), existem em torno de 12 milhões de teletrabalhadores no Brasil, predominantemente nas áreas de TI, comunicações, vendas etc. Conforme os resultados de uma pesquisa realizada pela TIC-Empresa e divulgada pelo IBGE, em 2010, fica evidente o crescimento do teletrabalho, pois estima-se que no Brasil 43% das empresas já adotam modelos de trabalho que permitem trabalhar remotamente. Em dois anos esse índice subirá para 94%. Isso fará com que 39% dos profissionais brasileiros trabalhem remotamente em 2014, mais do que os 28% que desfrutem dessa possibilidade atualmente. (pesquisa TIC-Empresa, divulgada pelo IBGE, 2010).

Apesar dos dados levantados, há poucas abordagens sobre teletrabalho ou home office, no caso do designer gráfico. Nesse contexto, revela-se a importância de se analisar a organização no ambiente de trabalho, em situação de home office ou do teletrabalho de forma geral.

Este artigo está pautado nas obras de Costa (2001) e Serra (1996), no entanto, artigos e livros que tangenciam a temática da pesquisa também foram utilizados. Foi elaborada uma revisão bibliográfica no portal da CAPES, Scielo, livros e artigos apresentados em Congressos. O passo seguinte foi selecionar

profissionais que responderiam a questionários, com o objetivo de identificar as percepções dos designers atuantes em home office sobre os seguintes aspectos: formas de contratação; trabalho em equipe versus isolamento; relacionamento familiar versus trabalho; autodisciplina e comunicação.

TELETRABALHO E TRABALHO HOME OFFICE NA ÁREA DO DESIGN GRÁFICO

Desde a Revolução da Tecnologia da Informação (CASTELLS, 2000), as novas tecnologias foram aplicadas nos mais diversos tipos de aplicações e usos, produzindo inovações tecnológicas, aceleração da velocidade das comunicações e o aumento do escopo das transformações tecnológicas. Tal acontecimento possibilitou milhares de redes de computadores autônomos com várias formas de conexão. Essas novas tecnologias transformaram a sociedade pós-industrial e passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, seja no trabalho, no lazer ou na educação (COSTA, 2001).

Para Boonen (2002/2003), com a diminuição do tempo de criação e distribuição dos bens, surgiu a necessidade de observar o mundo do trabalho de outra forma. Isso obrigou as organizações a realizarem ajustes em busca de flexibilidade e redução de custos e prazos, com vistas à sobrevivência.

Para Costa (2001), os principais motivos que levaram as empresas a tal atualização foi a unificação das funções dos meios de comunicação e o acelerado desenvolvimento da Internet nos anos 90. Houve a necessidade de as empresas redefinirem seus negócios, suas estratégias de crescimento, sua estrutura administrativa e seu perfil de mão-de-obra. Tudo isso para que pudessem continuar atuantes em um mercado competitivo no qual cada aparato de comunicação possui diversas funções.

De acordo com Sato (apud COSTA, 2001), a Internet é a ferramenta essencial para a comunicação no teletrabalho, pois possibilita o contato entre muitas pessoas, sem a necessidade de sincronismo entre emissor e receptor. Ainda, possibilita maior abrangência na disseminação da informação, uma vez que permite o acesso simultâneo por milhares de pessoas, bem como atualizações das informações a todo o momento.

Segundo Costa (2001), a tendência do teletrabalho em home office, graças à Revolução Tecnológica e à Globalização, é crescer. Com isso, houve e haverá o surgimento de empresas virtuais, as quais podem ser definidas como empresas que visam, através de tecnologias de informação e da comunicação, a mudar seus negócios, buscando aproximação com os clientes por meio da personalização de seus produtos e/ou serviços. Como tais empresas não

necessitam de grandes instalações, tal fator acaba por gerar redução quanto aos recursos operacionais.

Costa (2001, p.9) coloca que o Teletrabalho foi criado por Jack M. Nilles quando o mesmo assessorou o diretor da NASA nas aplicações civis potenciais no espaço, nos anos 80. Nilles buscou estratégias para utilizar computadores e as telecomunicações para realizar serviços.

Segundo Costa (2001, p.9), dois acontecimentos que

[...] foram fundamentais para o início das pesquisas em teletrabalho foi o envio, via satélite, de informações médicas para a África para conter uma catástrofe natural e informações para a Etiópia para auxiliar na tragédia da fome no Sudão e na Somália. Outro problema levantado que auxiliou para o embasamento do projeto foi a possibilidade de reduzir as viagens diárias ao trabalho, reduzindo assim a poluição ambiental.

A Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades (2008) - SOBRATT- define o teletrabalho como sendo

[...] todo e qualquer trabalho realizado a distância (tele), ou seja, fora do local tradicional de trabalho (escritório da empresa), com a utilização da tecnologia da informação e da comunicação, ou mais especificamente, com computadores, telefonia fixa, celular e toda tecnologia que permita trabalhar em qualquer lugar e receber e transmitir informações, arquivos de texto, imagem ou som relacionados à atividade laboral.

O teletrabalho deve ser conceituado considerando diferentes variáveis, tais como: "a) local/espço de trabalho; b) horário/tempo de trabalho (integral ou parcial); c) tipo de contrato (trabalho assalariado ou independente); d) competências requeridas (conteúdo do trabalho)." (OIT apud ROSENFELD; ALVES, 2011, p. 216).

Definições da O.I.T.- Organização Internacional do Trabalho, (apud SERRA, 1996, p.13), sugerem algumas formas de exercer esta atividade: "o trabalho, com

computador, em casa (home office); o trabalho nos centros-satélites; o trabalho nos centros de vizinhança; o trabalho móvel.” A partir dessas definições, pode-se concluir que o trabalho à distância não determina um local específico para se trabalhar, pois varia de acordo com as características e necessidades das atividades desenvolvidas pelo trabalhador e pela empresa. O teletrabalho pode ser desenvolvido no domicílio do trabalhador, em telecentros, cybercafés, bibliotecas, centros de convivência, dentre outros.

No caso da pesquisa em questão, o local/espço de trabalho considerado será o ambiente home office, com carga horária integral ou parcial, através de contrato de recebimento mensal, seja ele informal ou não.

Segundo artigo da O.I.T., publicado em 2013, a tecnologia do século XXI permite que muitos trabalhadores possam conciliar, de maneira eficaz, a vida pessoal e a vida profissional ao trabalhar à distância. Porém, tal modalidade de trabalho ainda encontra certa resistência na sociedade, uma vez que há a crença de que as pessoas devem estar fisicamente presentes para se comunicar (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2013, p.01).

Todavia, algumas atitudes podem ser adotadas com vistas a minimizar as resistências com relação ao teletrabalho. De acordo com Osion (apud SERRA, 1996, p.15), para que o trabalho em casa possa ter sucesso, são necessárias algumas condições:

1. Limitar (simplificar) ao máximo os equipamentos (exemplo: computador e telefone);
2. Dar ao indivíduo os meios de controlar o seu ritmo de trabalho;
3. Fazer com que os resultados da actividade sejam facilmente mensuráveis;
4. Preferir as actividades que necessitem de concentração intelectual;
5. Definir planos de trabalho, quando necessário;
6. A actividade não deve consumir demasiadas comunicações de longa distância.

O teletrabalho em home office apresenta fatores positivos e negativos. O profissional e a empresa devem estar em sintonia e para tanto, ambos devem definir meios de controle para acompanhar a produtividade e a qualidade do trabalho por parte do profissional e, este, deve administrar seu tempo e autonomia, fazendo com que a comunicação à distância não seja um fator de risco para a empresa.

VANTAGENS E DESVANTAGENS DO TRABALHO HOME OFFICE NA PERSPECTIVA DO DESIGNER GRÁFICO

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (2013, p.01), há alguns argumentos econômicos para explicar a vantagem do teletrabalho para a empresa e o contratado:

[...] há argumento comercial convincente em favor do teletrabalho, que é benéfico tanto para o empregador como para o trabalhador, aumentando a satisfação pessoal do empregado: livres da agitação diária de ter que percorrer longas distâncias, os trabalhadores podem encontrar mais facilmente um equilíbrio entre a vida privada e o trabalho e o tempo que perderiam parados no trânsito poderia ser dedicado a trabalhar para a empresa. Os estudos demonstram que o teletrabalho reduz a rotatividade de pessoal, o que se traduz em economia de milhares de dólares em custos de formação e contratação de novos empregados.

Além disso,

[...] o absenteísmo é consideravelmente reduzido, numa média de 63 por cento de acordo com um resumo de pesquisas sobre este tema. Uma das razões subjacentes pode ser que muitos empregados que tiram uma licença por doença, na realidade não estão doentes senão que se ausentam por motivos familiares, necessidades pessoais ou por causa de stress. A flexibilidade de horário oferece a possibilidade aos teletrabalhadores de encarregar-se das obrigações familiares, cumprir suas obrigações ou programar suas reuniões sem perder um dia completo de trabalho. (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2013, p.1).

O teletrabalho também permite que os empregadores economizem dinheiro com o consumo de energia, bens imóveis ou custos de localização. Ao empregado, permite economizar o tempo gasto em reuniões desnecessárias ou mal organizadas.

De acordo com Serra (1996, p.18), o teletrabalho apresenta os seguintes benefícios:

Possibilidade de reduzir ou mesmo eliminar o tempo gasto na deslocação casa-trabalho; economia no gasto de combustíveis; flexibilização do horário de trabalho, permitindo conciliar vida profissional e familiar; flexibilização do local de trabalho; autonomia relativa, com a diminuição dos constrangimentos hierárquicos; clima de trabalho mais confortável.

E o mesmo autor também apresenta algumas desvantagens inerentes ao teletrabalho:

Isolamento social (quando o trabalho é feito em casa a tempo inteiro); redução dos contactos com os colegas de trabalho e a hierarquia; possível tendência para a feminilização do teletrabalho; desenvolvimento da precaridade de emprego; déficit de protecção jurídica; possibilidade de condições de emprego menos favoráveis, em termos de regalias económico-sociais; degradação da vida familiar, devida à intrusão do trabalho no lar; apagamento da diferenciação entre trabalho e lazer; maiores possibilidades de conflitos familiares no alojamento (quando o teletrabalho aí é feito); maior dificuldade de defesa dos seus interesses laborais e profissionais (o contrato de trabalho tende a ser individual, dificultando ou impedindo as reivindicações colectivas); parcelarização do trabalho; aumento do trabalho a tempo parcial; controle invisível e omnipresente pelo computador central; menos oportunidades de promoção. (SERRA, 1996, p.18).

Nota-se, com o que foi até aqui exposto, que o trabalho em home office tem muitos benefícios tanto para empregador quanto para o empregado. Da parte do empregado, os relatos apresentados mostram ganhos relacionados à satisfação profissional e pessoal, decorrentes da flexibilização do horário de trabalho e melhoria no convívio familiar. Porém, a formalização do trabalho home office não é regido pela Consolidação das Leis do Trabalho - C.L.T.

Como o propósito desta pesquisa circunscreve ao âmbito do designer que trabalha em home office, faz-se importante analisar o perfil deste profissional.

CARACTERÍSTICAS DO TRABALHO E PERFIL DO DESIGNER NA CONFIGURAÇÃO

Home Office

Segundo o Electronic Commerce and Telework Trends: Benchmarking Progress on New Ways of Working and New Forms of Business across Europe, EcaTT (apud ROSENFELD; ALVES, 2011, p.215), teletrabalhadores “[...] são aqueles que trabalham de forma computadorizada (com um computador), distanciados do negócio de seu empregador ou da pessoa que os contrata e que transmitem os resultados de sua atividade por uma ligação de telecomunicação”.

A ADG do Brasil (2014, p.1) - Associação dos Designers Gráficos, define o Design Gráfico como sendo “um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social”. Para Villas-Boas (1999, p.11), o campo do Design Gráfico é definido como sendo “[...] a atividade profissional e a consequente área de conhecimento cujo objeto é a elaboração de projetos para reprodução por meio gráfico de peças expressamente comunicacionais.”

Disso tudo, podemos definir o Design Gráfico em home office como sendo a atividade na qual o profissional desenvolve peças gráficas através do processo de criação e conhecimento técnico em ilustração e softwares específicos da área, com a finalidade de comunicar mensagens, ideias e conceitos para fins comerciais ou sociais, em ambiente doméstico.

Rosenfield e Alves (2011, p. 223) defendem que as “[...] atividades profissionais que envolvem criação e inovação podem ser consideradas mais livres e autônomas, pois aí também são controlados o conteúdo e os procedimentos de trabalho por parte do próprio trabalhador”. Levando em consideração que o trabalho do designer gráfico é baseado em criação e inovação, é possível concluir que o designer que trabalha em home office possui grande autonomia na maneira como seu trabalho será desenvolvido. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE (apud FREIBERGER; MOTIM, 2013, p. 3), no caso do web designer, considerada uma das possíveis atividades do designer gráfico, a maioria dos entrevistados prefere o trabalho autônomo, pois o consideram mais interessante do ponto de vista financeiro. Isso pelo motivo de que no trabalho formal é possível trabalhar para um projeto em equipe, já como autônomo, boa parte do trabalho pode ser terceirizado, aumentando o ganho do contratado.

Para Freiburger e Motim (2013, p.5), as transformações consequentes da Revolução Informacional, em conjunto com a atual fase do capitalismo, refletem nas formas de contrato de trabalho cada vez mais flexíveis, em que o designer tem alta carga de trabalho, alto nível de exigência e é inseguro com relação ao seu emprego. Esse profissional deve sempre buscar novas experiências, com relação a novas ferramentas de trabalho, e trocas de experiência com os demais profissionais, pois a velocidade da tecnologia é muito rápida. Isso torna dificultosa a tarefa, a este profissional, de estar sempre atualizado e de obter habilidades diferenciadas dos demais profissionais. A pesquisa apresentada pelas autoras diagnosticou que o mercado não valoriza os profissionais da área de web design, o que os conduz à dupla jornada com a finalidade de conseguirem maiores rendimentos.

Segundo Silva (2010), os aspectos mais abordados na literatura sobre teletrabalho ressaltam a qualidade de vida e a administração do tempo dedicado ao lazer e ao trabalho como principais vantagens. No entanto, diversos aspectos que envolvem questões trabalhistas acabam dificultando a disseminação dessa prática, mesmo assim, Melo (1999) identifica grande expansão deste tipo de trabalho.

MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

O objetivo principal desta pesquisa foi o de analisar as vantagens e as desvantagens do trabalho do designer gráfico em ambiente *home office*. Para tanto foi feita uma revisão bibliográfica, buscando livros, artigos, teses e dissertações que versassem sobre o tema. A revisão bibliográfica empreendeu uma busca semi-sistemática no banco de periódicos e no banco de teses e dissertações da CAPES e nas bases de dados Scielo.

O público-alvo da pesquisa foram sete designers gráficos, contratados por recebimento mensal, seja pelo regime da CLT ou por prestação de serviço para execução de trabalhos gráficos.

O trabalho *free lance* pode ser executado em ambiente doméstico, porém, este não foi o foco da pesquisa, pois tal tipo de trabalho geralmente é eventual e sem renda fixa, já que o designer atende a diversos clientes esporadicamente. Esclarecendo, dentre

[...] os profissionais autônomos (*working solo*) encontram-se desde os chamados profissionais liberais (médicos, dentistas, arquitetos, tradutores, etc.), os de baixo nível técnico como motoristas, vendedores ambulantes e

serviços de pequenos reparos domésticos, e os incluídos na economia informal; são também conhecidos como “free lancers”. (TACHIZAWA; MELLO, 2003, p. 304)

O trabalho *free lance* também pode estar inserido no teletrabalho, já que o

[...] teletrabalho pode ser ocasional e não se traduzir em mudança de contrato (informal); pode ser uma forma de trabalho alternado (realizado em domicílio, com TICs, e na empresa, sem elas); ou pode se dar por *transbordamento* (conexão às preocupações profissionais 24/24h e interação com diferentes formas de solicitações, como e-mail, celular, fax etc.). Existem ainda outras combinações possíveis, inclusive a do trabalho informal com o assalariado (a pessoa trabalha na empresa de dia e executa teletrabalho independente fora do horário de trabalho assalariado, preferencialmente à noite). (ROSENFELD & ALVES, 2011, p.216-217)

O teletrabalho em *home office* é definido como “... o espaço de trabalho transferido do escritório para a casa do teletrabalhador” (COSTA, 2005, p.2).

Para identificar as vantagens e desvantagens do trabalho em *home office*, viu-se a necessidade de comparar o trabalho em casa, atuando para uma empresa específica através de recebimento mensal. Dessa forma, é possível verificar com maior clareza as vantagens e desvantagens do trabalho totalmente presencial, comparado com o trabalho remoto ou parcialmente remoto, pois nos dois tipos de trabalho, a forma de recebimento é a mesma: mensal.

Como instrumento de coleta de dados, optou-se pela aplicação de questionário misto, na forma de *survey*. O *survey* é definido como: “um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente, mas mede sua opinião, seus interesses, aspectos de personalidade e informação biográfica” (YAREMMKO; HARARI; HARRISON; LYNN, 1986, p.186 apud BANDEIRA, 2003, p.3).

O objetivo do questionário foi o de coletar dados pessoais, formas de contrato de trabalho e dados sobre o ambiente de trabalho em que os profissionais atuam. Nas perguntas qualitativas, a intenção foi a de buscar dados para analisar os seguintes aspectos: as possíveis causas da escolha desta

modalidade de trabalho; os benefícios ou problemas que podem repercutir no resultado final de um projeto; o modo como a comunicação é feita entre os membros da equipe e as implicações do ambiente doméstico na atuação do profissional. Há a intenção também de possibilitar ao designer citar os benefícios e desvantagens desta forma de trabalho para ele.

Como o questionário teve 16 questões, para que o respondente não ficasse desmotivado no momento de respondê-lo, optou-se por transformar as questões que seriam descritivas em questões que pudessem utilizar a escala de *Likert*, pois através desta, é possível saber o nível de concordância com cada questão, bem como tecer o levantamento de atitudes, opiniões e avaliações do entrevistado. Segundo Bandeira (2003, p.12), neste modelo de escala, geralmente utiliza-se cinco alternativas: aplica-se totalmente; aplica-se; nem sim, nem não; não se aplica; definitivamente não se aplica. No entanto, pode acontecer de se ter a necessidade de se utilizar três ou nove alternativas. É importante colocar que, independente do número de alternativas, é imprescindível utilizar o bom senso ao estabelecer a quantidade de opções que estarão presentes em um questionamento.

Após a elaboração do questionário, realizou-se um teste-piloto com dois designers. Os questionários foram distribuídos por intermédio de e-mail, sendo reforçado o convite para respondê-lo por intermédio da rede social. A ideia inicial era a de entrevistar os participantes via *skype*, *software* de conversa instantânea pela internet. Todavia, devido principalmente à incompatibilidade de horários, optou-se por transformar algumas perguntas que seriam descritivas em questões objetivas com a utilização da *likert*, facilitando a aplicação do mesmo. O questionário foi feito no 'survey monkey' e o *link* foi encaminhado aos respondentes que foram selecionados para participarem da atividade.

Com o teste piloto foi possível observar que as perguntas estavam claras e objetivas. Aparentemente, apenas um dos entrevistados apresentou certa dificuldade em compreender duas questões:

No seu caso, qual é a sua opinião em relação à qualidade do serviço e à produtividade, quando se trabalha no ambiente doméstico com filho, familiar ou empregada?

Resposta: Excelente, pois não há pressão e cobrança alheia. Você administra o dia de acordo com seu bem estar.

No seu caso, qual é a sua opinião em relação à qualidade do serviço e à produtividade, quando se trabalha sozinho, em

ambiente doméstico?

Resposta: Como na resposta anterior, excelente.
(Respondente 01)

Essa dificuldade no entendimento da questão pode ser pelo fato de que o respondente considera que o designer faz o seu horário, no caso dele, optando pelo melhor momento para executar o trabalho, desta forma, sem interrupções ou incômodo.

É importante salientar, que nenhum dos questionados apontou dificuldade na utilização da ferramenta 'Survey monkey' para responder ao questionário e da Internet como meio de veiculação deste. É bastante provável que isto tenha acontecido uma vez que, tanto a ferramenta quanto o meio, são largamente utilizados pelo público-alvo da pesquisa.

A partir do teste piloto, foi observado que faltavam questões que pudessem mapear a atual remuneração do designer e a necessidade de trabalho extra, o que possibilitaria identificar se trabalhar em *home office* é uma opção de escolha, tendência de mercado ou oportunidade. Para mapear a atual situação de mercado da profissão, foram inseridas duas questões: uma perguntando acerca da remuneração do designer e a outra questionando se esta configuração de trabalho poderia ser uma alternativa para aumentar a renda do designer.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Formas de Contratação, Multiplicidade de Contratos e Relacionamento com as Empresas

Os dados coletados e presentes na Tabela 1 mostram que 57% dos profissionais entrevistados possuem apenas uma renda mensal. Os 43% restantes trabalham para duas ou mais empresas, recebendo mensalmente.

Foi constatado, conforme exposto na Tabela 2, que apenas 14% dos respondentes atuam em *home office* com registro em C.L.T. Os demais profissionais respondentes que trabalham em *home office* têm regime de contrato por: Pessoa Jurídica (PJ); Recibo de Pagamento a Autônomo (RPA); informal ou CLT presencial - este associado ao *freela* ou ao trabalho extra em casa. Apesar de nem todos receberem mensalmente por mais de uma empresa, todos exercem atividades sazonais ou eventuais, provavelmente inserindo-se no caso descrito por Rosenfield e Alves (2011, p. 221-222): "alguns teletrabalhadores por conta própria driblam a insegurança assumindo uma

variedade de atividades e projetos simultâneos, assegurando, assim, maior rendimento e competitividade.”

Tabela 1- Designers com atividade de remuneração mensal.

Quantidade de empresas nas quais atuam com remuneração mensal?						
1	2	1	3	1	1	2

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

Tabela 2- Forma de contratação e trabalho extra dos designers gráficos que atuam em *home office*.

Formas de contratação	
Opções de respostas	Respostas
Prestador de serviço (RPA ou PJ)	85,71%
CLT (<i>home office</i>)	14,29%
CLT (presencial)	14,29%
Informal (sem note fiscal ou RPA)	13,29%
CLT (semi-presencial)	0,00%
Total de questionados: 7	

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

Quanto à necessidade de comparecimento à empresa contratante em alguns momentos, a pesquisa realizada mostrou que 85,71% dos entrevistados têm necessidade de comparecer à empresa para realizar algum tipo de acompanhamento do trabalho que está sendo realizado. Apenas um respondente colocou que não há necessidade de comparecimento à empresa em nenhum dia. A Tabela 3 mostra os dados colocados e também mostra que o comparecimento à empresa ainda é grande, pois a maioria dos profissionais questionados relatou que precisa ir até o estabelecimento entre uma e três vezes na semana.

Tabela 3- Carga de trabalho presencial.

Frequência do comparecimento na(s) empresa(s) em que exerce atividade em ambiente home office com recebimento mensal		
Opções de resposta	Respostas	
1, 2 ou 3 vezes na semana	85,71%	6
Não precisa comparecer na empresa	14,29%	1
1, 2 ou 3 vezes no mês	0,00%	0
1 vez no semestre	0,00%	0

Total de questionados: 7

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

Observando a Tabela 4, para 71% dos questionados, o principal motivo da presença na empresa é para executar trabalho presencial. Para 57,14%, o motivo é a participação em reuniões com a equipe de trabalho. Já para 42% dos questionados, o motivo são as reuniões com os clientes e a entrega de arquivos e materiais de trabalho. Apenas 14,29% dos questionados afirmaram que comparecem à empresa para efetuarem a entrega de nota fiscal e contrato. Vale ressaltar a possibilidade de marcar mais de uma alternativa.

Tabela 4- Motivos que levam ao trabalho presencial, frequente ou eventual

Quando necessário, qual é o motivo da sua presença nesta(s) empresa(s) em que atua em ambiente home office?		
Opções de resposta	Respostas	
Trabalho presencial	71,43%	5
Reunião com a equipe de trabalho	57,14%	4
Reunião com cliente	42,86%	3
Coleta e/ou entrega de arquivos, materiais em meio físico e/ou informações	42,86%	3
Outro (especifique)	14,29%	1
Total de questionados: 7		

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

A partir das respostas coletadas na Tabela 3 e na Tabela 4, percebe-se a tentativa de manter o contato presencial, mesmo que esporadicamente, principalmente para troca de conhecimento entre a equipe. Porém, esta não é a principal forma de comunicação entre os mesmo, como é possível observar adiante.

Comunicação entre os membros das equipes de trabalho

Tendo em vista a possibilidade de assinalar mais de uma alternativa, 100% responderam que se comunicam através de email com a equipe de trabalho, sendo este o principal meio de comunicação. As reuniões presenciais marcam grande porcentagem das respostas: 71,43%. Tal porcentagem demonstra a importância do encontro presencial com a equipe de trabalho. O terceiro meio de comunicação mais utilizado é o telefone. A forma de comunicação menos utilizada é a videoconferência. A Tabela 5 relata os dados coletados.

Tabela 5- Comunicação entre as equipes de trabalho

A troca de informações entre a equipe	
Opções de resposta	Respostas
e-mail	100,00%
Reuniões presenciais	71,43%
Telefone	57,14%
Videoconferência	14,29%
Outro (especifique)	0,00%
Total de questionados: 7	

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

A falta de comunicação ou a dificuldade de comunicação entre os membros da equipe pode acabar prejudicando o resultado final do trabalho executado. Além desse fator, outras interferências podem influenciar na qualidade do trabalho. Para o levantamento acerca da qualidade do trabalho executado e possíveis interferências ao se trabalhar na configuração *home office*, optou-se por utilizar as questões abertas a seguir:

1-No seu caso, qual é a sua opinião em relação à qualidade do serviço e à produtividade, quando se trabalha no ambiente doméstico com filho, familiar ou empregada?

2-No seu caso, qual é a sua opinião em relação à qualidade do serviço e à produtividade, quando se trabalha sozinho, em ambiente doméstico?

A partir das respostas, nota-se que as pessoas que trabalham em *home office*, sem crianças no mesmo ambiente, descrevem que a responsabilidade aumenta, mas o trabalho é mais produtivo e satisfatório do que trabalhar no ambiente da empresa:

A produção aumenta, pois se está num ambiente onde não se tem pressão, normalmente você fica focado em um único trabalho do início ao fim, sem interferências. (Respondente 04)

A responsabilidade acaba sendo maior, visto que fazemos nosso horário e os limites das conversas e interações, porém é muito mais satisfatório (Respondente 03)

A qualidade do serviço é superior ao serviço realizado em uma empresa, pois mesmo com pouca interferência é possível realizar um trabalho com mais concentração. (Respondente 04)

Entretanto, com relação às pessoas que já tiveram experiência de trabalhar *home office* com a presença de crianças ou familiar por perto, relatam que a presença dos mesmos pode prejudicar a concentração e até a produtividade. Com a produtividade diminuída, o trabalho pode se estender além da jornada de trabalho de costume.

Vou começar pela produtividade, que acaba sendo reduzida em 50%, diria, pois para-se com frequência para atender a eles. Já o serviço se mantém. É o compromisso que se assume. Nem que para isso, a jornada de trabalho se estenda. (Respondente 05)

Filho ou familiar no momento do trabalho, no mesmo ambiente, pode acabar tirando a concentração e diminuindo a produtividade. (Respondente 06).

Vantagens e Desvantagens do Trabalho em Home Office no Ponto de Vista dos Designers Gráficos

A partir dos estudos empreendidos por Serra (1996, p.18), foi possível diagnosticar algumas vantagens e desvantagens do teletrabalho. As definições apresentadas pelo autor auxiliaram na elaboração das alternativas das questões, conforme mostra as tabelas 6 e 7, em que se optou por utilizar a escala de *Likert*.

A flexibilidade aparece, indiscutivelmente, como a principal vantagem do trabalho em *home office*. Na sequência temos a redução no tempo de locomoção e mais tempo para a família com 85,71%. Economia no gasto com alimentação/combustível, possibilidade de atuar em mais empresas e flexibilidade do local de trabalho aparecem com 71,43%. Ainda é possível considerar como vantagens muito importantes, com pouco mais de 50%, a possibilidade de maiores ganhos financeiros e melhoria na qualidade do trabalho. Ambas também foram consideradas como importantes por algumas pessoas, com 42,86%. Ainda, o clima de trabalho mais confortável foi considerado muito importante para 57,14% dos respondentes.

Tabela 6- Vantagens do trabalho em home office para o designer gráfico

O grau de importância para a(s) principal(s) vantagem(s) de trabalhar em home office como designer gráfico				
	Muito importante	Importante	Sem importância	Total
Flexibilidade de horário	100,00% 7	0,00% 0	0,00% 0	7
Redução no tempo de locomoção	85,71% 6	14,29% 1	0,00% 0	7
Mais tempo para a família	85,71% 6	0,00% 0	14,29% 1	7
Economia no gasto com alimentação / combustível	71,43% 5	28,57% 2	0,00% 0	7
Flexibilidade do local de trabalho	71,43% 5	28,57% 2	0,00% 0	7
Possibilidade de atuar para mais empresas	71,43% 5	28,57% 2	0,00% 0	7
Clima de trabalho mais confortável	57,14% 4	28,57% 2	14,29% 1	7
Melhoria na qualidade do trabalho	57,14% 4	28,57% 2	14,29% 1	7
Possibilidade de maiores ganhos financeiros	57,14% 4	42,86% 3	0,00% 0	7
Diminuição da presença de seus superiores hierárquicos	42,86% 3	42,86% 3	14,29% 1	7
Redução com custo referente ao imposto de renda	28,57% 2	42,86% 3	28,57% 2	7

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

No levantamento a respeito das principais desvantagens, a ausência de benefícios trabalhistas liderou entre 57,14% dos respondentes. Em seguida, com 42,86%, a ausência de benefícios convencionais (plano de saúde, vale-refeição, dentre outros) foi a mais apontada.

Aparecem desvantagens classificadas como de relevância importante: Isolamento social (71,43%), utilização de recursos próprios para execução do trabalho (57,14%). Também indicados com importantes temos: ausência de benefícios trabalhistas; ausência de benefícios convencionais; execução de trabalho em horários extraordinários; baixa qualidade do serviço prestado; maior dificuldade com a comunicação entre colegas de trabalho, com 42,86%

cada.

Dentre os respondentes, 85,71% relataram que a falta de diferenciação entre trabalho e lazer não é vista como desvantagem, assim como a degradação da vida familiar devido à intrusão do lar, 71,43%. A falta de concentração e a baixa qualidade do serviço prestado aparecem com percentagem superior a 50% dentre os respondentes que as consideram como sem importância.

Tabela 7- Desvantagens do trabalho em home office para o designer gráfico

O grau de importância para a(s) principal(s) desvantagem(s) de trabalhar em home office como designer gráfico				
	Muito importante	Importante	Sem importância	Total
Ausência de benefícios trabalhistas (INSS, FGTS, férias, licença maternidade, dentre outros)	57,14% 4	42,86% 3	0,00% 0	7
Ausência de benefícios convencionais (plano de saúde, vale-refeição, dentre outros)	42,86% 3	42,86% 3	14,29% 1	7
Isolamento social	14,29% 1	71,43% 5	14,29% 1	7
Execução de trabalho em horários extraordinários	14,29% 1	42,86% 3	42,86% 3	7
Falta de diferenciação entre trabalho e lazer	14,29% 1	0,00% 0	85,71% 6	7
Falta de concentração	14,29% 1	28,57% 2	57,14% 4	7
Maior dificuldade com a comunicação entre colegas de trabalho	14,29% 1	42,86% 3	42,86% 3	7
Utilização de recursos próprios para execução do trabalho (computador, luz, softwares, entre outros)	0,00% 0	57,14% 4	42,86% 3	7
Baixa qualidade do serviço prestado	0,00% 0	42,86% 3	57,14% 4	7
Degradação da vida familiar, devido à intrusão do lar	0,00% 0	28,57% 2	71,43% 5	7

Fonte: Pesquisa de campo realizada pelos autores.

Em comparação com o resultado das vantagens e desvantagens, a partir dos dados coletados em pergunta aberta, podemos observar quais são os motivos que levam o designer gráfico a optar pelo trabalho em *home office*.

Observou-se que a flexibilidade, o aumento de renda e mais tempo para a família são os principais motivos que levam a este profissional optar pelo teletrabalho em *home office*, como ressaltam seus depoimentos:

Questões financeiras, pois ainda a vantagem é superior ao se trabalhar fixo em uma empresa. Claro que desde que se possua 3 ou mais clientes fixos. (Respondente 04)

Inicialmente aumento na renda. Levava trabalho CLT e *home office* em paralelo. Atualmente atuo apenas com *home office* e *freelas*. (Respondente 06)

Principalmente poder trabalhar à distância. Atender à família e às tarefas domésticas. (Respondente 05)

Com aproximadamente 14% das respostas, foram citados motivos como segurança, concentração e oportunidade.

Remuneração do Designer Gráfico

Quando questionados acerca da remuneração do trabalho do designer gráfico, 86% consideram que o designer é mal remunerado, enquanto 100% dos respondentes vêem o trabalho em *home office* como sendo uma alternativa para o aumento da renda.

CONCLUSÃO

O escopo deste artigo foi analisar as vantagens e desvantagens que os designers gráficos, atuantes em *home office*, percebem no teletrabalho, bem como a possível tendência desta configuração de trabalho, nesta área.

Tendo em vista a unificação das funções dos meios de comunicação e o acelerado desenvolvimento das internet nos anos 90, nota-se que a Internet é a ferramenta mais utilizada e essencial para a comunicação nesta modalidade de trabalho, possibilitando a comunicação através de computador, notebook, celular, entre outros meios. Mas na maioria dos casos, a *internet* não dispensa totalmente a presença física do referido profissional, o mesmo precisa comparecer na empresa eventualmente para trabalho presencial, reuniões com a equipe de trabalho, com o cliente ou para coletar e/ou entregar material de trabalho. Essa eventual aproximação possibilita maior entrosamento entre a equipe e os projetos.

Como foi encontrada pouca bibliografia sobre o assunto, a pesquisa realizada permitiu traçar, em linhas gerais, o perfil do designer gráfico que atua na configuração de trabalho em *home office*.

A pesquisa de Freiberg e Motim (2013) diagnosticou que o mercado não valoriza os profissionais da área de *web design*, o que pode ser comprovado a partir dos dados coletados no caso dos designers gráficos em geral. Há grande descontentamento com relação à remuneração recebida nesta área, assim, o trabalho em *home office* é visto como uma alternativa para aumentar os ganhos. Dessa forma, podem atuar para várias empresas, apenas administrando a entrega de cada trabalho, sendo que no trabalho em tempo integral e presencial seria complicado conciliar vários clientes.

Além da possibilidade de aumentar a renda, um grande motivo que influencia na opção por esta modalidade de trabalho é a flexibilidade de horários, redução no tempo de locomoção e a possibilidade de conciliar, com maior facilidade, o trabalho com o tempo dedicado à família. Para metade do público-alvo, atuar em *home office* possibilita aumento na qualidade do trabalho, devido a maior satisfação no trabalho e a redução nas interferências constantes no ambiente empresarial.

A partir das respostas, nota-se que as pessoas que trabalham em *home office*, sem crianças no mesmo ambiente, descrevem que a responsabilidade aumenta, mas o trabalho é mais produtivo e satisfatório do que trabalhar no ambiente da empresa.

Entretanto, com relação às pessoas que já tiveram experiência de trabalhar *home office* com a presença de crianças ou familiar por perto, relatam que a presença dos mesmos pode prejudicar a concentração e até a produtividade. Com a produtividade diminuída, o trabalho pode se estender além da jornada de trabalho de costume. Portanto, o ideal seria atuar em casa, porém em ambiente reservado para a execução do trabalho, de modo a reduzir as interferências.

Além da utilização de recursos próprios para a execução do trabalho, a principal desvantagem está relacionada ao fato de que a maioria dos designers atua como pessoa jurídica ou RPA, deixando de lado os benefícios oferecidos pelo registro em CLT, entre outros benefícios que geralmente as empresas disponibilizam para seus funcionários. Isso pode ser o principal indicador no momento da escolha, escolher entre o trabalho com registro CLT e ganhar menos, ou atuar em *home office* ganhando mais e sem os benefícios.

O isolamento social é outro fator que preocupa os profissionais, porém, este pode ser driblado com o comparecimento eventual na empresa e o

relacionamento direto com os clientes, sempre que possível ou necessário.

Algumas das possíveis desvantagens citadas, a partir de pesquisa bibliográfica, como: falta de diferenciação entre trabalho e lazer, degradação da vida familiar, falta de concentração e a baixa qualidade do serviço prestado, foram consideradas sem importância, ou seja, pouco significativas.

Graças à análise bibliográfica e à pesquisa, foi possível confirmar uma tendência para o trabalho *home office*, no caso do designer gráfico, devido à preocupação por melhor remuneração e satisfação profissional.

REFERÊNCIAS

ADG DO BRASIL. **Design Gráfico**. Disponível em:<http://www.adg.org.br/html/mod_design_grafico.asp>. Acesso em: 12 maio 2014.

BANDEIRA, Marina. **Como Elaborar um Questionário**. 2003. (Série Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, n. 1). Disponível em:<http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/lapsam/Metodo%20de%20pesquisa/Metodos%20de%20pesquisa%202013/Texto_11_Como_elaborar_um_quesitonario.pdf>. Acesso em: 12 maio 2014.

BOONEN, Eduardo Magno. As Várias faces do teletrabalho. **E & G Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 2/3, n. 4/5, p. 106-127, dez. 2002/jul. 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 4.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COSTA, Greicy Mara França Queiroz da. A Influência das Tecnologias da Informação e Comunicação nas Mutações do Trabalho: O Teletrabalho. In: CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande/MS. Disponível em:<<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=41864>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

COSTA, Isabel de Sá Affonso da. Controle em novas formas de trabalho: teletrabalhadores e o discurso do empreendimento de si. **Cadernos Ebape**, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512005000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 25 out. 2013.

FREIBERGER, Zélia; MOTIM, Benilde Lenzi. As Configurações do Trabalho do Web Designer no Capitalismo Flexível. Trabalho apresentado no XIII ENCONTRO NACIONAL DA ABET, 13., 2005, Curitiba. Disponível em:<<http://www.abet-trabalho.org.br/anais/2013/GT%205%20Sessao%201.pdf>>.

Acesso em: 22 abr. 2014.

MELO, Álvaro. **Teletrabalho (telework)**. O Trabalho em qualquer lugar e a qualquer hora... São Paulo: Ed. Beca e-work, 1999.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Escritório no Brasil (OIT). **Vantagens do trabalho a distância**. Disponível em: <->. Acesso em: 11 fev. 2014.

ROSENFELD, Cinara L.; ALVES, Daniela Alves de. Autonomia e Trabalho Informacional: O Teletrabalho. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 54, n. 1, p. 207-233, 2011.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE TELETRABALHO E TELEATIVIDADES. **O que é Teletrabalho?** 2008. Disponível em: <<http://www.sobratt.org.br/faq.html#p06>>. Acessado em: 13 maio 2014.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE TELETRABALHO E TELEATIVIDADES. **SOBRATT**. Entrevista concedida a Viviane Motim. São Paulo, 7 maio 2014.

SERRA, Paulo. O Teletrabalho - conceito e implicações. 1996. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/jpserra_teletrabalho.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2014.

TACHIZAWA, Takeshy; MELLO, Alvaro. **Estratégias Empresariais e o Teletrabalho**: um enfoque na realidade brasileira. Rio de Janeiro. Ed. Pontal, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **O que [é e o que nunca foi] Design**. Rio de Janeiro. Ed. 2 AB. 1999.